Metaverso: hay otros mundos, pero están en éste

VISIT…

LANZAROTE Caliente.com



En el metaverso podremos sumergirnos en internet, estar dentro de él, y ya no verlo desde el otro lado de la pantalla como hemos hecho hasta ahora.

El imaginar la existencia de mundos distintos dentro del nuestro ha sido una constante en la historia de la literatura, y, más adelante, de la cinematografía. Desde el País de las Maravillas en el que caía Alicia persiguiendo al conejo blanco, hasta el Narnia de Lewis tras la puerta de un armario, pasando por la erudita fabulación de Tlön de Jorge Luis Borges. El cine ha contribuido a darle un barniz tecnológico a la experiencia de sumergirse en otros universos, empezando por aquel primitivo *Tron* (1982) de Disney, y siguiendo con la saga *Matrix* o el más reciente film *Ready Player One* de Spielberg. De alguna forma, utilizar internet es entrar en un universo paralelo que recorremos a medida que avanzamos a través de las distintas páginas webs y plataformas (no en vano se utiliza el término navegar para designar esta acción). Sin embargo, hasta el momento hemos recorrido las redes mayormente a través del hipertexto, contemplando el mundo virtual desde el otro lado de las pantallas de nuestros dispositivos. Pero, ¿cómo sería sumergirnos en internet, atravesar el espejo como Alicia, o, en nuestro caso, la pantalla, para recorrerlo desde dentro? Todo parece

indicar que hacia allí se dirige la evolución natural de la red de redes.

Esta nueva forma de recorrer internet ha sido bautizada como metaverso, y parte de la base de añadir experiencias sensoriales a la navegación por la red, de forma que esta sea inmersiva, es decir, que tengamos en todo momento la sensación de estar dentro del mundo virtual que visitamos. Para ello, en este escenario cobran una importancia crucial las tecnologías basadas en la realidad virtual y a realidad extendida, cuyo despegue y uso masivo no acabó de producirse en la década pasada, a pesar de lo que decían las profecías más optimistas al respecto. No obstante, el uso de cascos de realidad virtual en los videojuegos o el éxito mundial que cosechó Pokémon Go tras su lanzamiento en 2016, permiten vislumbrar un futuro para la realidad extendida, que probablemente supere la esfera del ocio alcanzando a muchos otros ámbitos.

Hasta el momento, los obstáculos que han frenado la difusión de la realidad virtual han sido, por una parte, el alto precio de venta de los dispositivos, como cascos o gafas, la incomodidad a la que someten al usuario por su peso, forma o tamaño, y, en ocasiones, por el malestar que produce en el cerebro la inmersión en mundos virtuales, pues hay personas a las que les generan náuseas y mareos. Aunque realmente la principal razón que ha impedido el despegue de esta tecnología es sin duda la falta de un servicio o aplicación de la misma que haya cosechado una masa crítica de usuarios, algo parecido a lo que sucedió con Pokémon Go.

> Los obstáculos que han frenado la difusión de la realidad virtual han sido, por una parte, el alto precio de venta de los dispositivos, como cascos o gafas, la incomodidad a la que someten al usuario por su peso, forma o tamaño, y, en ocasiones, por el malestar que produce en el cerebro la inmersión en mundos virtuales

En cualquier caso, tanto los fabricantes de videojuegos, como algunas grandes compañías tecnológicas entre las que se cuenta Facebook, están orientando su estrategia hacia la construcción y explotación del metaverso.

¿Qué es el metaverso?

Hablamos de metaverso para referirnos a un mundo virtual en 3D –o a una serie de mundos conectados entre sí-, que es interactivo, inmersivo y colaborativo. A pesar de que puede guardar similitudes con videojuegos online de moda basados en mundos virtuales como Fortnite, Minecraft o Roblox, se trata de un concepto mucho más amplio y ambicioso que un mero producto, servicio o app, y es solamente equiparable a términos generalistas que ya utilizamos con naturalidad, como ciberespacio, internet de las cosas o la nube. Podríamos hablar de que estamos ante una nueva dimensión dentro de internet.

Palabra construida a partir del prefijo meta (más allá) y de la contracción de universo –verso-, es acuñada por vez primera en 1992 por el escritor de ciencia ficción Neal Stephenson en su obra *Snow Cras*h, que describe un mundo digital en tres dimensiones al que las personas acceden a través de avatares. Por cierto, como curiosidad, la palabra avatar viene del sánscrito y designa dentro del hinduismo la encarnación de una deidad en la tierra. De esta forma, Krisna y Rama son dos avatares del dios Visnú.

> Palabra construida a partir del prefijo meta (más allá) y de la contracción de universo –verso-, es acuñada por vez primera en 1992 por el escritor de ciencia ficción Neal Stephenson en su obra Snow Crash

Dado lo elevado y esquivo de este concepto, resulta tentador y fácil simplificarlo asociándolo a cosas que ya conocemos. Por ejemplo, alguno podrá pensar que el metaverso no es más que otro mundo virtual, como aquellos diseñados como escenario de videojuegos, o un espacio virtual, como Second Life -cuya popularidad estalló en la primera década del siglo para luego caer en el olvido-, o tan solo una aplicación de realidad virtual, o incluso una pasarela para intercambios económicos virtuales. Sin embargo, es mucho más que todas estas cosas que ya están inventadas.

El experto en tecnología y medios Matthew Ball reconoce que es complejo definir qué es exactamente un metaverso, pero sugiere una serie de atributos que, a su juicio, debe tener un espacio de estas características:

Debe ser persistente, es decir, debe continuar indefinidamente en el tiempo sin interrupciones de ningún tipo.

Debe funcionar siempre en vivo, en tiempo real, de manera síncrona para todos sus usuarios.

No debe limitar a ningún usuario y debe asegurar de que todos tienen una presencia individual allí.

Debe constituir una economía real y funcional, donde las empresas y los particulares puedan realizar todo tipo de relaciones económicas entre sí.

Debe ser una experiencia que comprenda el mundo físico y el virtual, y que trascienda los límites y las fronteras de las redes públicas y privadas.

Debe poder ofrecer una interoperabilidad nunca vista hasta ahora de datos, activos digitales y contenidos.

Debe permitir y estimular el papel de todos los usuarios, especialmente de los individuales, en la creación de contenidos y experiencias.

En suma, se trata de generar un universo que va más allá de los videojuegos inmersivos al uso o de aplicaciones concretas, pues hablamos de un mundo virtual completo no ligado a un solo sitio web o plataforma. Como postula Matthew Ball, debe ser un entorno persistente en el que los objetos e identidades que lo habitan circulan fluidamente por los distintos mundos que lo componen, donde incluso pueden proyectarse al mundo físico a través de la realidad aumentada. A su juicio, se trata del sucesor natural del ecosistema que conforma el internet móvil, al que los usuarios acceden a través de dispositivos y plataformas. Sin embargo, al igual que no identificamos Facebook o Google con internet, porque no son más que plataformas de servicios dentro de internet, tampoco podemos asociar entornos de juego que hacen uno de tecnologías inmersivas, como Fortnite, con el metaverso, puesto que, aunque ofrecen una idea aproximada de lo que podría ser navegar por él, no son más que desarrollos concretos que en todo caso serán una parte más de este meta universo.

Fortnite, Facebook y los mundos virtuales

El sector del videojuego está guiando hasta ahora el camino hacia el metaverso, y, especialmente, Fortnite de Epic Games. Y es que lo que empezó siendo un mero juego online se ha convertido en algo mucho más ambicioso, en una plataforma social, donde, más allá de jugar una partida, los usuarios se relacionan entre sí y lo convierten en ágora. Otro factor distintivo es que se ha convertido en escaparate para que otras marcas expongan sus productos. En 2019, Disney estrenó el tráiler de la película *Star Wars: The Rise of Skywalker* en exclusiva en Fortnite, y, el año pasado, el DJ Marshmello ofreció un recital en uno de sus parques. Marvel también tiene presencia allí, pero, más allá del entretenimiento, también atrae a otro tipo de marcas, como Nike, que anuncia su línea de zapatillas deportivas Air Jordan. Por otro lado, los usuarios pueden desarrollar sus propios disfraces y objetos virtuales, y hasta comercializarlos.

¿Estamos ante un videojuego, una red social o un marketplace? Estamos ante el embrión de lo que podría ser el metaverso futuro, aunque con las limitaciones de la tecnología de la que disponemos actualmente.

Otras compañías han centrado su interés en el concepto de metaverso, pero uno de los principales compromisos con su desarrollo es el de Facebook, que adquirió en 2014 la empresa dedicada a la realidad virtual Oculus VR. La firma de Mark Zuckerberg mantiene una apuesta firme desde hace tiempo por llevar las interacciones de la red social a espacios virtuales, donde cada usuario se mueve a través de un avatar. Desde la primitiva Facebook Spaces, que clausuró en 2019, hasta el entorno Horizons –actualmente en versión beta-, la empresa no ha dejado de trabajar en la construcción de los cimientos de un futuro metaverso.

Estamos ante el embrión de lo que podría ser el metaverso futuro, aunque con las limitaciones de la tecnología de la que disponemos actualmente

En este mismo sentido, el fabricante de *hardware* Nvidia ha creado Omniverse, una plataforma para que los desarrolladores de distintas empresas tecnológicas colaboren en la interconexión de mundos en 3D para crear un universo virtual. Etiquetado como el *“metaverso para ingenieros”, ya ha superado los 50 000 usuarios de más de 500 compañías. En palabras de Jensen Huang, consejero delegado de Nvidia, nos encontramos en un*

momento como el que vio nacer la red de redes: "Es un poco como el principio de internet. La gente no lo entendía entonces. Nadie le había dedicado mucho tiempo. El tiempo demostró lo contrario. Lo mismo le va a ocurrir al metaverso y a Omniverso".

Foto de **Areous Ahmad** en **Pexels**

Ball, M. (2020) "The Metaverse: What It Is, Where to Find it, Who Will Build It, and Fortnite". Disponible en: https://www.matthewball.vc/all/themetaverse

Ball, M. (2021) "A framework for Metaverse". Disponible en: https://www.matthewball.vc/all/forwardtothemetaverseprimer

Caulfield, B. (2021) "What Is the Metaverse? With NVIDIA Omniverse we can (finally) connect to it to do real work – here's how". Disponible en: https://blogs.nvidia.com/blog/2021/08/10/what-is-the-metaverse/

Kelly, N. (2021) "What is the metaverse? A high-tech plan to Facebookify the world" en *The Conversation*. Disponible en: https://theconversation.com/what-is-the-metaverse-a-high-tech-plan-to-facebookify-the-world-165326

Takahashi, D. (2021) "Nvidia opens its 'metaverse for engineers' by adding millions of Blender users to Omniverse". Disponible en: https://venturebeat.com/2021/08/10/nvidia-opens-its-metaverse-for-engineers-by-adding-millions-of-blender-users-to-omniverse/

Takahashi, D. (2021) "Jensen Huang interview: The physical world and the metaverse can be connected". Disponible en: https://venturebeat.com/2021/08/21/jensen-huang-interview-the-physical-world-and-the-metaverse-can-be-connected/